

TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

JANE KARINA NASCIMENTO SILVA

LÍVIA MIRANDA BARROS

MAYARA JULIA SILVA DE OLIVEIRA

YASMIN DE OLIVEIRA MATOS FONSECA

DIFICULDADES ENCONTRADAS PELAS PEQUENAS EMPRESAS NO MERCADO COMPETITIVO ATUAL

JANE KARINA NASCIMENTO SILVA

LÍVIA MIRANDA BARROS

MAYARA JULIA SILVA DE OLIVEIRA

YASMIN DE OLIVEIRA MATOS FONSECA

**PRINCIPAIS DIFICULDADES ENCONTRADAS PELAS PEQUENAS
EMPRESAS NO MERCADO COMPETITIVO ATUAL**

Projeto de Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Etec “Dona Escolástica Rosa”, do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, como requisito para a obtenção do diploma de Auxiliar Técnico de Nível Médio em Administração sob a orientação do(a) professor(a) Maria José Domingues.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	5
1. O QUE É EMPREENDER.....	7
1.1 COMO SÃO CLASSIFICADAS AS EMPRESAS	8
2. IMPORTÂNCIA DAS PEQUENAS EMPRESAS PARA O PIB NACIONAL	9
3. DIFICULDADES ENCONTRADAS PELOS EMPREENDEDORES EM BUSCA DE ABRIR O PRIMEIRO NEGÓCIO	9
3.1 O ESTUDO COMO FORMA DE CONSOLIDAR UMA EMPRESA.....	10
4. A INOVAÇÃO COMO FATOR PRIMORDIAL PARA DESENVOLVIMENTO DO PEQUENO EMPREENDEDOR.....	12
ANÁLISE DOS DADOS OBTIDOS.....	13
CONSIDERAÇÕES FINAIS	15
REFERÊNCIAS.....	18

RESUMO

O presente levantamento parte da importância do planejamento para o empreendedorismo. Atualmente, em meio a tantos problemas enfrentados no Brasil, pode-se dividir a classe empreendedora entre os que enxergam uma oportunidade para realização pessoal ou os que têm interesse em empreender por necessidade. Dentre os objetivos da pesquisa estão o de enumerar os principais motivos pelos quais as pequenas empresas não têm durabilidade no mercado e identificar as características necessárias para que uma pequena empresa se consolide. Diante dessa indagação, foi direcionado um questionário quanti – qualitativo contendo 4 perguntas com a finalidade de avaliar quais dificuldades encontradas pelos empreendedores em busca de abrir um negócio e estabilizar - se no mercado. Os resultados obtidos demonstraram que grande parte dos avaliados, atualmente, não são empreendedores, mas em algum momento da vida já cogitaram a ideia de empreender e, em um ranking de dificuldades para abrir um negócio foram pontuados, a falta de planejamento, a gestão financeira e cursos específicos sobre o nicho e a administração.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Educação. Planejamento.

ABSTRACT

This survey is based on the importance of planning for entrepreneurship. Currently, in the midst of so many problem faced in Brazil, the entrepreneurial class can be divided among those who see an opportunity to perform personnel or what they are interested in undertaking out of necessity. Among the objectives of the research are to enumerate the main reasons why small companies do not have durability in the market and identify the necessary characteristics for a small company to consolidate. Faced with this inquiry, it was a quanti - qualitative directed questionnaire containing 4 questions in order to evaluate what difficulties encountered by entrepreneurs in search of opening a business and stabilizing - if in the market. The results showed that most of the evaluated are not currently entrepreneurs, but at some point in life have already considered the idea of undertaking and, in a ranking of difficulties to open a business were scored, the lack of planning, financial management and specific courses on niche and administration.

Keywords: Entrepreneurship. Education. Planning.

INTRODUÇÃO

Ao procurar a palavra empreender no dicionário encontra-se as seguintes definições: “decidir realizar (tarefa difícil e trabalhosa); tentar; pôr em execução; realizar”. Mas empreender vai além de simplesmente decidir realizar, é um ato de coragem, é um investimento pessoal não só de dinheiro e sim de tempo, habilidades técnicas e força de vontade.

O empreendedorismo é de suma importância para um país, está diretamente ligado geração de empregos, movimentação da economia local e do país, soluções inovadoras para problemas presentes na sociedade e é responsável por uma boa parcela do Produto Interno Bruto (PIB).

Levando em consideração toda a importância do empreendedorismo, considera-se que é algo difícil de ser realizado, entretanto, para Fernando Dolabela, autor do livro “O segredo de Luísa”, empreender não é um fenômeno individual, não é um dom que poucos têm. É coletivo, comunitário. A comunidade tem o empreendedor que merece, porque cabe a ela criar o ambiente propício. A tese de que o empreendedor é fruto de herança genética não encontra mais seguidores. Ou seja, ninguém nasce sabendo, mas todos podem aprimorar suas habilidades e entrar neste mundo.

Segundo dados levantados pelo SEBRAE mais de 1 milhão de pequenas e micros empresas foram abertas, entre os meses de janeiro e abril de 2021 no Brasil, em contrapartida dados do IBGE mostram que mais de 50% das empresas que foram abertas são fechadas antes de completarem 5 anos.

Além de abrir uma empresa é necessário que os envolvidos estejam cientes de tudo o que está acontecendo, saber como funciona o mercado é importante para que no futuro este pequeno negócio se consolide e ganhe cada vez mais espaço no mercado. Um empreendedor que se prepara e adquire conhecimentos sobre a área, estratégias de negócios e principalmente sobre o que seu público necessita, está um passo a frente de seus concorrentes.

Diante dessas informações foi dada a problemática de como administrar um pequeno negócio sem o conhecimento prévio do mercado, carregando como hipótese que a falta de conhecimento inicial é o principal motivo pelos quais os empreendimentos não se estabilizam no mercado. O estudo inicial do mercado, estratégias e planejamento, fará com que os empreendimentos se tornem mais sólidos no mercado.

O presente estudo tem como objetivos evidenciar as principais dificuldades encontradas pelas pequenas empresas no mercado competitivo atual; descrever o que é empreendedorismo e pequenas empresas; enumerar os principais motivos pelos quais as pequenas empresas não têm durabilidade no mercado e identificar as características necessárias para que uma pequena empresa se consolide no mercado.

Para desenvolvimento do estudo e comprovação da tese foi realizada uma pesquisa bibliográfica em livros e artigos e pesquisa de campo quanti – qualitativa que obteve um total de 216 respostas.

1. O QUE É EMPREENDER

Empreender é um investimento pessoal que engloba não só o dinheiro, mas inclui tempo, habilidades técnicas e comportamentais. E não precisa ser necessariamente um ato individual, empreender pode ser comunitário, a junção de diversas habilidades que se unem por um propósito. Segundo Emilia Rosangela, gerente do Centro de Empreendedorismo e Inovação da UFG, “empreender é muito mais do que criar um negócio com fins lucrativos.”

A palavra Empreendedor vem da língua francesa *entrepreneur* e tem origem no verbo *entreprendre*, que significa “fazer algo “. O termo deu origem à palavra inglesa *entrepreneurship*, um neologismo que se refere a todos os hábitos, costumes, regras e comportamentos do empreendedorismo.

Um dos primeiros usos do termo surgiu com o veneziano Marco Polo (1254 a 1324), que foi um viajante mercador e um dos primeiros ocidentais a percorrer a “Rota da Seda” para a Ásia Oriental. Conhecido como o “aventureiro empreendedor”. Mas foi a partir do século XV que o empreendedorismo passou a ter contornos econômicos, quando surgiu o mercantilismo. Para dar vazão aos alimentos e mercadorias excedentes, portugueses, holandeses, ingleses e espanhóis passaram a desbravar o mundo nas grandes navegações e a expandir suas rotas comerciais em missões empreendedoras. Sosnowski, Alice Salvo

(Empreendedorismo para leigos – Rio de Janeiro: Alta Books, 2018 pag. 10)

De acordo com dados do Ministério da Economia, o Brasil registrou recorde no número de novas empresas abertas em 2020 e encerrou o ano com cerca de 20 milhões de negócios ativos, entre eles estão os microempreendedores individuais com mais de 2,5 milhões de novos registros.

“As pessoas perceberam que os empregos estavam escassos e entenderam que precisavam empreender para poder contornar essa situação, é o que chamamos de ‘empreender por necessidade’”, explica a empresária Carol Paiffer, que é CEO e sócio fundadora da Atom S/A (ATOM3), jurada do Shark Tank Brasil e um dos grandes nomes do empreendedorismo no país.

1.1 COMO SÃO CLASSIFICADAS AS EMPRESAS

A classificação das empresas pode ser dada de várias formas pois para cada categoria existe um tipo de empresa que se encaixa.

Cada dia que passa, mais pessoas procuram trabalhar de forma autônoma. Alguns abrem pequenos negócios, outros buscam maneiras de abrir uma empresa própria, mas o que muitos esquecem, é de como são classificadas as empresas.

Microempreendedor Individual (MEI): é o empresário individual legalizado, optante pelo Simples Nacional. O MEI não pode possuir mais de um estabelecimento ou participar de outra empresa como sócio ou titular. Também só pode ter um empregado contratado que receba o salário-mínimo ou o piso da categoria.

Microempresa: empresas que têm faturamento anual de até R \$360 mil ou empregam até 9 pessoas no comércio e serviços ou 19 pessoas no setor industrial.

Pequena empresa: empresa que tem faturamento anual de até R \$4,8 milhões por ano ou emprega de 10 a 49 pessoas no comércio e serviços ou de 20 a 99 pessoas na indústria.

O critério de faturamento está previsto na Lei Complementar nº 123/2006, além do critério do faturamento o Estatuto das micro e pequenas empresas prevê que os tipos societários que podem ser adotados e as atividades que são vedadas para MPES. Usando a classificação por receita bruta anual podemos definir as empresas da seguinte maneira:

Microempreendedor Individual: receita bruta anual até R\$ 81.000,00

Microempresa: empresa com renda anual menor ou igual a R\$360 mil

Pequena empresa: empresa com renda anual maior que R\$360 mil e menor ou igual a R\$4,8 milhões.

Lei Geral da Micro e Pequena Empresa: A Lei Geral, também conhecida como Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, foi criada pela Lei Complementar nº. 123/2006 para regulamentar tratamento favorecido, simplificado e diferenciado a esse setor, conforme disposto na Constituição Federal.

Seu objetivo é fomentar o desenvolvimento e a competitividade do micro e pequena empresa e do microempreendedor individual, como estratégia de geração de emprego, distribuição de renda, inclusão social, redução da informalidade e fortalecimento da economia. Os benefícios criados pela Lei Geral, a exceção do tratamento tributário diferenciado, aplicam-se também ao produtor rural pessoa física e ao agricultor familiar.

2. IMPORTÂNCIA DAS PEQUENAS EMPRESAS PARA O PIB NACIONAL

O Produto Interno Bruto, comumente chamado de PIB, trata-se da produção e consumo de um país. Este cálculo foi criado por um economista britânico, Richard Stone, e foi publicado pela primeira vez em 1953.

O cálculo PIB é usado pelos mais diversos países como medida para que saibam o desempenho da sua economia e assim podem realizar comparações próprias entre tempos diferentes, ou comparações com as demais nações.

O empreendedorismo está diretamente ligado ao progresso econômico de uma região ou país, ou seja, é um grande fator a ser considerado quando durante a realização do PIB e segundo o estudo “Participação das MPE na economia nacional e regional” realizado pelo Sebrae e Fundação Getúlio Varga (FGV): “Nas últimas três décadas, as micro e pequenas empresas (MPE) vêm desempenhando um papel cada vez mais estratégico na economia brasileira, e hoje já respondem por 30% do valor adicionado ao PIB do país.”

Neste mesmo estudo, eles relatam que a força principal das micro e pequenas empresas (MPE) é encontrada principalmente nas atividades de comércio e serviço que juntas respondem a 23% e 30% do PIB nacional. Isso ocorre, pois, estes comércios são facilmente encontrados em qualquer bairro, qualquer região e em um número consideravelmente alto, o que aumenta a competitividade e consequentemente a rotação da economia.

3. DIFICULDADES ENCONTRADAS PELOS EMPREENDEDORES EM BUSCA DE ABRIR O PRIMEIRO NEGÓCIO

São vários os motivos que levam ao empreendedorismo. Alguns estão tirando do papel o grande sonho, outros veem como a única oportunidade de sobreviver já que não conseguiram um emprego na área desejada ou por diversas outras dificuldades.

No entanto, sejam pequenos ou grandes negócios, é necessário ter um planejamento, afinal, uma empresa não nasce do dia para a noite.

A Serasa, marca de análises e informações para decisões de crédito e apoio a negócios, realizou uma pesquisa em 2019 e apontou algumas das maiores dificuldades encontradas pelas micro e pequenas empresas ao abrir o primeiro negócio e tentar se consolidar no mercado.

Dentre as muitas dificuldades apontadas, podemos citar a falta de planejamento ou falta de um plano de negócios, que segundo a pesquisa é o fator principal. Falta de apoio financeiro, ter capital de giro é muito importante para uma empresa e fará com que ela tenha mais recursos para atrair clientes, como por exemplo: investir em um plano de marketing digital. Carga tributária, o Brasil é conhecido por altas cargas tributárias e isso afeta as micro e pequenas empresas, mesmo que grande parte opte pelo simples nacional.

Todos estarão propícios a enfrentar estes problemas, é inevitável, porém, ao ter conhecimento sobre dificuldades do dia a dia e buscar conhecimento para ajudar a sanar estes problemas é possível contornar a crise e alcançar o sucesso da empresa.

3.1 O ESTUDO COMO FORMA DE CONSOLIDAR UMA EMPRESA

No livro “O segredo de Luísa”, Fernando Dolabella fala diversas vezes sobre o fato de que ninguém nasce sendo empreendedor, pois não é um dom e sim algo que pode ser aprimorado ao decorrer da vida.

Empreendedorismo é um segmento em ascensão atualmente e pode ser dividido em dois públicos: os que colocam um sonho em prática e os que veem como uma oportunidade no momento. Em ambos os casos, os proprietários buscam o sucesso, afinal, ninguém abre uma empresa pensando no dia que irão fechar. Todos almejam um lugar no mercado, ser referência no segmento que atua.

Diante destes fatos, para continuar no mercado é importante um investimento, dessa vez não monetário, mas de tempo. Tempo para adquirir conhecimento sobre a área

que está atuando, sobre as melhores estratégias que podem ser seguidas e como montar um planejamento eficaz para o dia a dia da empresa.

Ao que diz respeito ao estudo, não se trata apenas de cursos técnicos ou superior e o perfil empreendedor não se limita a isso, mas sim começar pelo básico. Cursos livres que tratem sobre problemas que vão enfrentar no dia a dia, como planejamento financeiro, marketing digital, pesquisas de satisfação, gestão de qualidade, habilidades técnicas simples e necessárias para que ao aparecer as primeiras dificuldades não venha junto a vontade de desistir.

Um dos grandes exemplos de cursos que ajudam pequenas empresas nas dificuldades rotineiras do dia a dia, são os cursos ofertados pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), são especialistas em estimular o empreendedorismo e competitividade para micro e pequenas empresas. A instituição auxilia quem pensa em abrir um negócio e os que já tem algum empreendimento e pretendem inovar.

4. A INOVAÇÃO COMO FATOR PRIMORDIAL PARA DESENVOLVIMENTO DO PEQUENO EMPREENDEDOR

O mundo está em constante mudança e quem se recusa a inovar e acompanhar essas mudanças estará fadado a se tornar obsoleto. Antigamente, empreendedores acreditavam que o caminho correto para se consolidar no mercado era se adequar ao que já fazia sucesso no momento e manter aquele padrão de qualidade que teriam seu lugar garantido para sempre, entretanto, as coisas mudaram. Os consumidores buscam pelo novo, novidades que facilitem sua vida, que brilhem os olhos.

Inovação depende não só de criatividade, conta com atitude, estudo e disciplina na busca pelo novo e não necessariamente requer algo extremamente tecnológico, pode estar ligada a outro tipo de recurso que de alguma forma solucione o problema daquele consumidor e otimize o seu processo.

Inovação e empreendedorismo caminham juntos e podem ser usadas para sanar problemas dos consumidores que ainda não foram atendidas completamente ou criar algo novo para o mercado.

Não é apenas propaganda. A inovação realmente faz uma grande diferença para empresas de todos os tipos e tamanhos. A explicação é bastante simples: se não mudarmos o que oferecemos ao mundo (bens e serviços) e como os criamos e ofertamos, correremos o risco de sermos superados por outros que o façam. Em última instância, é uma questão de sobrevivência, e a história é bastante clara a esse respeito; a sobrevivência não é compulsória! As empresas que sobrevivem são capazes de mudança focada e regular.

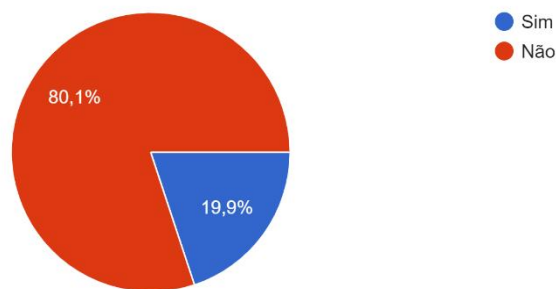
(Inovação e Empreendedorismo, BESSANT, John; TIDD, Joe, 2007, p. 04)

ANÁLISE DOS DADOS OBTIDOS

Com o objetivo de identificar quais as principais características para as empresas se consolidarem no mercado, foi realizado uma pesquisa quanti – qualitativa composta por três perguntas alternativas e uma pergunta dissertativa. Com o questionário alcançamos um total de 216 pessoas.

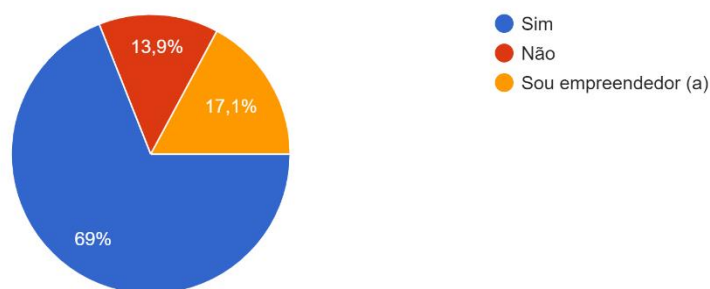
Primeira pergunta: você é empreendedor (a)?

1 - Você é empreendedor (a)?
216 respostas



Segunda pergunta: se não, já pensou em empreender alguma vez?

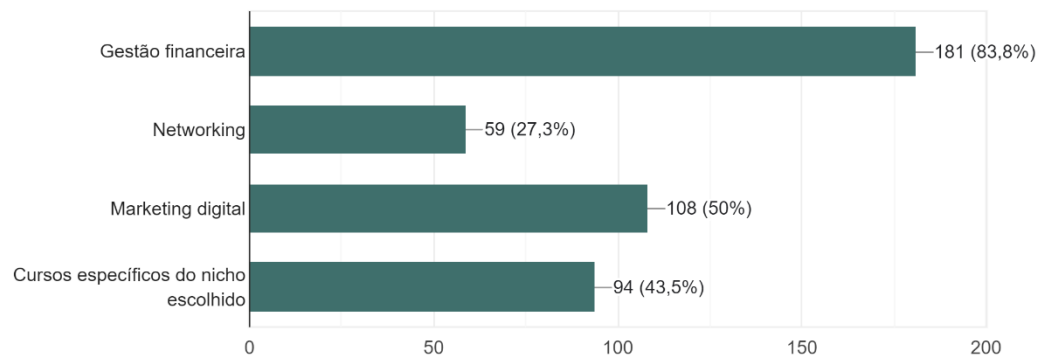
2 - Se não, já pensou em empreender alguma vez?
216 respostas



Analisando as duas primeiras perguntas, observa-se que dentre as 216 pessoas alcançadas, maior parte, com uma porcentagem de 80,1%, atualmente não é empreendedor. Em contrapartida, na segunda pergunta do questionário é visível que apesar de não estarem no mercado como empreendedores no momento, 69% das pessoas já pensaram em empreender de alguma forma.

Terceira pergunta: Para você, quais são os conhecimentos básicos necessários para abrir uma empresa?

3 - Para você, quais são os conhecimentos básicos necessários para abrir uma empresa?
216 respostas



Com a terceira pergunta do questionário, observou-se que em um ranking de conhecimentos básicos necessários para abrir uma empresa está em primeiro lugar a falta de gestão financeira, em segundo o marketing digital, em terceiro, cursos específicos do nicho escolhido e por fim o networking.

A quarta e última questão, trata-se de uma pergunta dissertativa: Uma pesquisa do Sebrae apontou que muitas empresas não conseguem se consolidar no mercado e fecham em menos de 5 anos. Por qual razão você acredita que isso acontece?

Dentre as 216 respostas obtidas, confirma-se que a maior razão para as empresas não se consolidarem no mercado é a falta de planejamento inicial. Um estudo sobre o mercado, análise de estratégias administrativas e de marketing e principalmente falta de conhecimento na parte financeira.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse estudo pretendeu compreender quais as dificuldades encontradas pelas pequenas empresas no mercado competitivo atual, tendo em vista que o empreendedorismo é um segmento em ascensão na atualidade e de extrema importância para a economia do país. Por meio de pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo quanti-qualitativa.

Para se atingir uma compreensão das dificuldades encontradas pelas pequenas empresas, definiu-se alguns objetivos específicos. O primeiro, descrever o que é empreendedorismo e pequenas empresas, verificou-se o quão importante é o empreendedorismo para o país. Responsável por uma parte do Produto Interno Bruto, é imprescindível para a geração de novos empregos e solucionar problemas existentes na sociedade. O segundo, identificar as características necessárias para que uma empresa se consolide no mercado, verificou-se a necessidade de um estudo inicial do mercado antes de partir para a realização do projeto. Um dos grandes motivos para que as empresas não se consolidem no mercado, são as dificuldades iniciais que desmotivam os empreendedores, mas que podem ser sanadas com alguns cursos livres e simples sobre rotinas do dia a dia de uma empresa.

Com isso, a hipótese do trabalho de que a falta de conhecimento inicial é o principal motivo pelos quais os empreendimentos não se estabilizam no mercado se confirmou, por motivos de que em toda a pesquisa, bibliográfica e de campo, foi possível analisar que além do investimento monetário, é importante o investimento em conhecimento e desenvolvimento de habilidades técnicas para facilitar a jornada empreendedora e consequentemente levar este negócio para uma possível estabilização no mercado.

Um dos instrumentos de pesquisa usado foi a pesquisa de campo, que obteve um total de 216 respostas e foi possível analisar com clareza que grande parte da população que respondeu atualmente não são empreendedores, porém, em algum momento da vida já pensaram em empreender. E pontuaram como principais dificuldades a falta de planejamento, falta de conhecimento em gestão financeira e marketing para o mercado.

Em pesquisas futuras, pode-se falar sobre empreendedorismo feminino. Tema de grande abrangência e um vasto público para analisar. Grandes mulheres de negócio

que um dia resolveram empreender e como conseguiram, o que enfrentaram, quais as dificuldades em um mundo que vive em constante luta pelos direitos de igualdade.

CRONOGRAMA DTCC - 2022					
ETAPAS	FEV/22	MAR/22	ABRIL/22	MAI/22	JUN/22
Redação do 1º capítulo					
Correção do 1º capítulo					
Redação do 2º capítulo					
Correção do 2º capítulo					
Redação do 3º e 4º capítulo					
Reestruturação do projeto					
Redação do resumo					
Redação dos resultados obtidos					
Redação das considerações finais					
Revisão do projeto final					
Confecção do banner					
Prévia da apresentação					21/06
Banca final					28/06

Realizado	
Previsão de quando será realizado	

REFERÊNCIAS

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Editora de cultura, 2006.

BESSANT, John; TIDD, Joe. **Inovação e Empreendedorismo**. 3º edição. Porto Alegre: Bookman, 2019.

SEBRAE. **Atualização de estudo sobre participação de micro e pequenas empresas na economia nacional**. FGV Projetos, 2020.

Quais as maiores dificuldades das micro e pequenas empresas e como superá-las? - Certificado Digital Serasa. Certificado Digital Serasa. Disponível em: <<https://serasa.certificadodigital.com.br/blog/certificado-digital/quais-as-maiores-dificuldades-das-micro-e-pequenas-empresas-e-como-supera-las/>>.

DOMINIOWEB.DEV. **A importância das micro e pequenas empresas (MPE) na economia brasileira** - Urbim. Urbim. Disponível em: <<https://www.urbimconsultoria.com.br/news/a-importancia-das-micro-e-pequenas-empresas-mpe-na-economia-brasileira/>>.